

## O audiovisual brasileiro em um novo cenário

Gustavo Mello, Marcelo Goldenstein e Rafael Ferraz

<http://www.bndes.gov.br/bibliotecadigital>

## O audiovisual brasileiro em um novo cenário

Gustavo Mello  
Marcelo Goldenstein  
Rafael Ferraz\*

### Resumo

No dia 23 de janeiro de 1990, a Embrafilme lançou um *release* para imprensa que anunciava, para abril daquele ano, o lançamento do filme *Dias Melhores Virão*, de Cacá Diegues, estrelado por Marília Pêra e concorrente ao Urso de Ouro em Berlim. No dia 16 de março, no entanto, o então Presidente Collor, no escopo do processo de desestatização e de redução do tamanho do Estado, decretou a extinção da Embrafilme. A estatal centralizava os incentivos à produção audiovisual brasileira, e o encerramento de suas atividades levaria, para os mais alarmistas, ao fim da produção audiovisual do país. Passados mais de vinte anos desses fatos históricos, como se encontra atualmente a indústria audiovisual brasileira? Anunciou-se a retomada do setor, estabeleceram-se leis de incentivo fiscal para a produção audiovisual, criaram-se a Agência Nacional de Cinema e o Fundo Setorial do Audiovisual e promulgou-se a Lei 12.485, da TV por assinatura. O BNDES foi chamado a participar da retomada e vem, desde então, procurando estabelecer uma estratégia para fomentar toda a cadeia produtiva audiovisual. Alguns resultados dessa atuação estão aqui relatados. Diante das diversas transformações de mercado, regulatórias e tecnológicas, ocorridas nos últimos anos, como o BNDES poderá continuar a auxiliar seu crescimento? Dias melhores virão?

---

\* Respectivamente, engenheiro, gerente e engenheiro do Departamento de Cultura, Entretenimento e Turismo da Área Industrial do BNDES.

## Introdução

Em 2006, o BNDES tomou uma decisão estratégica: tratar os setores culturais como parte integrante da economia brasileira, apoiando-os não apenas sob o viés do patrocínio cultural, mas também buscando estruturar e dinamizar as diversas cadeias produtivas.

Esse movimento está em linha com as decisões estratégicas de diversos países que passaram, nos últimos anos, a apostar suas fichas na chamada “economia criativa”. O diagnóstico é de que, em um contexto de pós-industrialização, a economia tende a migrar para o setor de serviços, e os serviços criativos contam com um imenso potencial de expansão. Cadeias produtivas como a audiovisual, a editorial e a da música passam a ser cada vez mais significativas do ponto de vista macroeconômico [Gama (2012)]. Diante disso, nada mais natural que tais segmentos evoluam do ponto de vista empresarial, passando a acessar recursos de financiamento para implementar seus planos de negócio.

O relacionamento do BNDES com o segmento audiovisual iniciou-se em 1995, com o estabelecimento dos primeiros editais de apoio à produção cinematográfica, e vem progressivamente se tornando mais profundo e complexo. Nesse período – sobretudo depois de 2006 – o Banco passou a compreender melhor a cadeia produtiva audiovisual e buscou estruturar vários instrumentos de apoio financeiro visando fortalecer os diversos elos dessa cadeia e ampliar seu grau de profissionalismo e capacidade de investimento.

O presente artigo busca traçar um panorama do apoio do BNDES ao setor. Explicita os diagnósticos acerca da dinâmica de mercado, descreve os vários instrumentos financeiros criados e analisa os resultados atingidos. Com base nesse panorama, são elencadas as perspectivas de atuação do BNDES para auxiliar o setor a dar conta dos desafios futuros.

### Início da atuação: os editais de patrocínio (1995-2005)

Até o ano de 1995, o BNDES não representava uma fonte de recursos relevante para as empresas da cadeia produtiva audiovisual. Embora não houvesse qualquer restrição ao financiamento nas normas e políticas operacionais do Banco, características específicas desse setor, sobretudo a capacidade de endividamento e de constituição de garantias por parte de suas firmas, limitavam bastante a contratação de crédito. Apenas por meio de operações indiretas, aquelas efetuadas pela rede de instituições financeiras

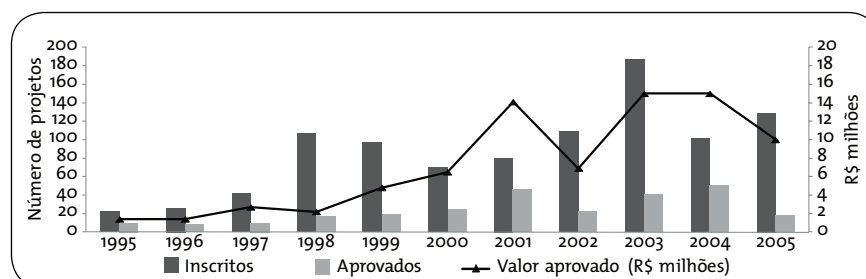
públicas e privadas que atuam como agentes financeiros do BNDES, os recursos do Banco chegavam ao setor audiovisual.

A criação das leis de incentivo fiscal à cultura (Lei 8.313/91 – Lei Rouanet, de 1991, e Lei 8.685/93 – Lei do Audiovisual, de 1993) contribuiu para a mudança desse cenário. Com base nesses novos instrumentos legais, o setor audiovisual iniciou seu processo de recuperação da delicada situação em que se encontrava, gerada pela extinção da Embrafilme<sup>1</sup> em março de 1990.

Com a utilização dos novos instrumentos de incentivo fiscal introduzidos pelas já mencionadas leis, o BNDES, a partir de 1995, passou a canalizar recursos para a produção cinematográfica brasileira. Destaque-se que tal iniciativa, que marcou a atuação do Banco no setor audiovisual no período 1995-2005, foi pautada pela ótica do patrocínio, motivada pela associação da marca BNDES com a produção brasileira de filmes para o cinema.

Ao longo daqueles 11 anos, por meio de editais de seleção pública anual nos quais se inscreveram 970 projetos cinematográficos de longa-metragem, nos gêneros ficção, documentário e animação, o BNDES aprovou a aplicação de R\$ 80 milhões para a produção e finalização de 265 obras de produtoras brasileiras independentes (Gráfico 1).<sup>2</sup>

**Gráfico 1 | Editais de cinema do BNDES de 1995 a 2005: número de projetos inscritos, número de projetos selecionados e valores aprovados**



Fonte: BNDES.

<sup>1</sup> Estatal responsável pelo desenvolvimento do setor cinematográfico nas décadas de 1960 e 1970, com instrumentos de custeio da produção e distribuição do filme brasileiro nos mercados nacional e internacional. Tais mecanismos, contudo, baseados na aplicação de recursos não reembolsáveis, não contribuíram para a organização e a estruturação das empresas do setor audiovisual, para a profissionalização de sua gestão e para o fortalecimento da cadeia produtiva.

<sup>2</sup> Embora, como já destacado, a lógica de patrocínio tenha sido determinante ao longo daqueles anos, o aporte do BNDES se deu por meio da aquisição de Certificados de Investimento Audiovisuais, passíveis de dedução fiscal, conforme Artigo 1º da Lei do Audiovisual (Lei 8.685/93, alterada pela Lei 11.437/06), o que constitui uma modalidade tecnicamente associada ao investimento, uma vez que contempla uma perspectiva de retorno do capital.

Com essa atuação, o BNDES consolidou-se como o segundo maior patrocinador do cinema nacional, com a alocação de um volume de recursos inferior apenas ao da Petrobras. Essa posição é mantida até os dias de hoje. Porém, como relatado ao longo deste artigo, a contribuição maior do BNDES à cadeia produtiva audiovisual se deu não pela ótica do patrocínio aplicada até então nos editais, mas com a adoção de uma orientação de desenvolvimento econômico, de uma abordagem estruturante da cadeia produtiva, inerente a um banco de desenvolvimento e por este aplicada aos demais setores da economia. Como descrito mais adiante na subseção “Os editais de 2006 a 2012”, os próprios editais foram influenciados e modificados pela aplicação desse enfoque.

### **Uma nova abordagem: o desenvolvimento da cadeia produtiva audiovisual**

O contínuo relacionamento do BNDES com as produtoras cinematográficas que participavam dos editais propiciou um acúmulo de conhecimentos e estimulou reflexões sobre a necessidade e as oportunidades de diversificar a interação do Banco não só com o elo de produção cinematográfica, mas com toda a cadeia produtiva audiovisual. A introdução de mecanismos de financiamento e de capital de risco passou a ser analisada e considerada factível, não como regra para toda a cadeia, mas para algumas empresas que já dispunham de condições de lidar com tais instrumentos.

Assim, em meados dos anos 2000, o BNDES começou a se estruturar para poder oferecer produtos financeiros que se adequassem às necessidades e possibilidades da cadeia produtiva audiovisual. Naquela época, o cenário era o de um segmento de produção pulverizado, muito pouco competitivo, com empresas descapitalizadas, extremamente dependentes de recursos incentivados e, em parte por causa das distorções trazidas pelas próprias leis de incentivo, não comprometidas com a obtenção de resultados.

A produção audiovisual também encontrava limitações no elo da infraestrutura de estúdios, laboratórios e equipamentos, que também apresentava lacunas e carências de oferta para atender à demanda das produtoras nacionais.

No segmento da distribuição, o setor era – e ainda é – dominado pelas chamadas Majors.<sup>3</sup> Além de suas vantagens intrínsecas, essas distribuidoras

<sup>3</sup> Grupamento formado pelos grandes estúdios produtores de cinema, que também atuam na distribuição de obras cinematográficas.

ras também dispunham de recursos oriundos da utilização do Artigo 3º da Lei do Audiovisual,<sup>4</sup> próprios ao financiamento da produção independente de obras cinematográficas brasileiras de longa-metragem. Esse mecanismo lhes conferia um trunfo a mais ante as distribuidoras nacionais na concorrência pelos direitos de distribuição dos filmes brasileiros, em particular os de maior expectativa de bilheteria.<sup>5</sup>

No elo de exibição, o país apresentava deficiências tanto na infraestrutura de salas como em sua organização empresarial, que contava com a presença de pequenos grupos familiares, sem acesso a crédito, particularmente por limitações na constituição de garantias reais. As estimativas apontavam um déficit na oferta de salas de exibição da ordem de duas mil unidades, quase o mesmo montante do número de salas existentes, e um potencial de crescimento superior a 50% no número de ingressos comercializados, como mostra a Tabela 1.<sup>6</sup> A oferta de salas de cinema se caracterizava ainda pela forte concentração nas capitais e cidades de grande porte e, nestas, nos bairros da população de maior poder aquisitivo.

Tabela 1 | Oferta de salas de cinema e ingressos vendidos em países selecionados

País	Número de salas de cinema		População (milhão de habitantes)	Salas/milhão de habitantes	Número de ingressos (milhões)	Ingressos/habitante
	2001	2005	2005	2005	2005	2005
<b>Brasil</b>	<b>1.620</b>	<b>2.045</b>	<b>184,2</b>	<b>11,1</b>	<b>89,8</b>	<b>0,49</b>
Argentina	852	930	38,7	24,0	37,3	0,96
Bolívia	46	38	9,2	4,1	1,5	0,16
Chile	240	274	16,3	16,8	9,8	0,60
Colômbia	285	412	44,9	9,2	11,7	0,26
Cuba	374	330	11,3	29,2	3,0	0,27

*Continua*

<sup>4</sup> Mecanismo que permite converter em investimentos “no desenvolvimento de projetos de produção de obras cinematográficas brasileiras de longa metragem de produção independente, e na co-produção de telefilmes e minisséries brasileiros de produção independente e de obras cinematográficas brasileiras de produção independente” parte do imposto incidente sobre a remessa de rendimentos decorrentes da exploração de obras audiovisuais.

<sup>5</sup> O Fundo Setorial do Audiovisual, que posteriormente propiciou *funding* cativo para as distribuidoras nacionais investirem nos direitos de comercialização de filmes brasileiros, foi criado apenas no fim de 2006.

<sup>6</sup> Tomando-se os sul-americanos Chile, Argentina e Uruguai como parâmetro, o déficit de salas variou de 1,1 mil a 2,8 mil unidades; e o potencial de crescimento na venda de bilhetes seria de 25% a 100%. Caso o referencial fosse o México (33,9 salas/milhão de habitantes; 1,55 ingresso/habitante), a carência se elevaria para 4,3 mil salas e o potencial de incremento na venda de ingressos chegaria a 220%.

## Continuação

País	Número de salas de cinema		População (milhão de habitantes)	Salas/milhão de habitantes	Número de ingressos (milhões)	Ingressos/habitante
	2001	2005	2005	2005	2005	2005
México	2.474	3.536	104,3	33,9	162,0	1,55
Peru	184	260	27,3	9,5	13,2	0,48
Uruguai	82	85	3,3	25,8	2,4	0,73
Venezuela	311	394	26,7	14,8	18,6	0,70

Fonte: Meleiro (2007).

O mercado de TV também se mostrava pouco atrativo para a veiculação das obras audiovisuais brasileiras. As emissoras de TV aberta do país se caracterizavam por um modelo, praticamente único no mundo, de elevada verticalização de sua produção, que absorvia quase toda a produção de que necessitavam, ao contrário do modelo de encomendas e compras de terceiros, amplamente utilizado em outros países e gerador de mercado para a produção independente. Por outro lado, a TV paga, na época ainda em fase inicial, demonstrava pouco interesse pela produção local e privilegiava o conteúdo gerado no exterior e já amortizado em outros mercados e, por isso, de custo mais baixo para as programadoras de TV.

Por sua vez, o crédito constituía outra vulnerabilidade pertinente a todos os elos da cadeia produtiva audiovisual, os quais não dispunham de instrumentos financeiros adequados a suas necessidades de investimento.

Naquela conjuntura, importantes instrumentos já se encontravam em gestação. O Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) seria criado ao fim de 2006 para prover recursos à cadeia produtiva audiovisual por meio da Agência Nacional do Cinema (Ancine), entidade criada em 2001 e também responsável pela regulamentação do setor. Além do FSA, novos dispositivos legais também já se delineavam no horizonte do setor. O Projeto de Lei 29 daria forma, em 2007, às proposições de um antigo debate sobre as possíveis formas de ampliar a produção independente nacional, finalmente consolidadas em 2011, com a promulgação da Lei 12.485.

Em sintonia com aquele momento, o BNDES organizava-se para participar dos esforços de estruturação do setor. Como agente de desenvolvimento, cabia ao Banco ajudar a construir um ambiente favorável para que o mercado pudesse se ampliar, ganhar eficiência, profissionalizar-se e realizar seu potencial de forma sustentável.

Em junho de 2006, o Banco concretiza sua opção estratégica de fomentar o crescimento da cadeia produtiva audiovisual e o fortalecimento de suas empresas, por meio da criação do Departamento de Economia da Cultura (Decult), uma unidade operacional responsável não só por aquela cadeia produtiva, mas por todas as cadeias produtivas da economia da cultura. Assim, os financiamentos às empresas do setor passaram a ter um tratamento equivalente ao dos demais setores da economia atendidos pelo Banco e com a aplicação de um conjunto crescente de ferramentas e soluções financeiras.

A ótica de patrocínio e promoção de imagem institucional, que até então havia orientado o relacionamento do Banco com o setor audiovisual, foi substituída por uma nova visão, orientada a negócios. Esse novo enfoque, como será descrito adiante, promoveu mudanças, até mesmo no próprio edital de cinema, que era até esse momento o único instrumento efetivo de atuação do BNDES no setor audiovisual, como forma de alinhá-lo aos novos objetivos.

### **Criação de novos instrumentos financeiros**

O novo Departamento de Economia da Cultura teve como principal desafio a criação de instrumentos e soluções financeiras que, por um lado, se adequassem às limitações das empresas e de seus mercados e, por outro lado, respeitassem as boas práticas bancárias. Tratava-se, como já relatado, de uma cadeia produtiva pouco estruturada do ponto de vista empresarial e com pouca tradição de relacionamento bancário.

A combinação de diferentes instrumentos financeiros, como financiamentos, capital de risco e crédito não reembolsável, viabilizou a paulatina construção de mecanismos adequados às possibilidades do setor. A realização de operações de financiamento a partir de então, além de ofertar crédito, prestavam-se a firmar com as empresas compromissos com resultados econômicos e financeiros, a adotar práticas de melhor gestão e governança e a induzir maior profissionalização, sempre com o objetivo maior de promover o fortalecimento das empresas. O relacionamento do BNDES com seus novos clientes traduziu-se em oportunidades de introduzir exigências até esse momento estranhas à realidade da média das empresas do setor, como auditoria de suas demonstrações financeiras, compromisso com a reinversão de lucros e *covenants* econômico-financeiros, entre outras obrigações visando à melhoria da governança.



A seguir, são descritos os principais instrumentos e soluções financeiras aplicados pelo BNDES à cadeia produtiva audiovisual, a partir de 2006, como forma de melhor estruturá-la, fortalecê-la e, assim, contribuir para a realização de seu potencial econômico em padrões sustentáveis.

### **O Programa de Apoio à Cadeia Produtiva Audiovisual (Procult)**

O lançamento do Procult evidenciou a prioridade concedida ao financiamento da cadeia produtiva audiovisual. Sua proposta era oferecer uma linha de financiamento destinada às empresas do segmento, atendendo a todos os elos da cadeia (infraestrutura, produção, distribuição e exibição), considerando tanto a produção cinematográfica quanto a destinada especificamente à TV.

Buscando adequar-se às especificidades do setor e minimizar os principais entraves para o acesso ao crédito do BNDES, o Procult passou a oferecer condições diferenciadas às empresas da cadeia produtiva audiovisual. A redução do limite mínimo para operações diretas, de R\$ 10 milhões para R\$ 1 milhão, a possibilidade de dispensa das regras de exposição ao risco e o estabelecimento de taxa de juros reduzida, independentemente da classificação de risco da empresa, foram algumas das diferenciações trazidas pelo programa.

Merece destaque também uma inovação que permitiu a substituição das garantias reais prestadas pelos clientes – regra-padrão do BNDES – por garantias provenientes da aplicação de um criativo modelo de vinculação de receitas futuras das empresas financiadas.

A constituição de garantias aos financiamentos sempre representou um enorme desafio à contratação de operações de crédito do BNDES com uma grande parte das empresas da economia da cultura. Esse entrave veio a ser superado por tal modelo, que se adequou muito bem às empresas exibidoras (salas de cinema) e permitiu que nas operações realizadas não houvesse casos de inadimplência. Isso se tornou possível graças à existência de um sistema informatizado de controle da venda de ingressos, com informações precisas e atualizadas diariamente acerca das bilheterias de todas as salas de cinema do país,<sup>7</sup> o que permitiu ao BNDES auditar a vinculação de recebíveis dos complexos cinematográficos financiados.

<sup>7</sup> Tais serviços são prestados no Brasil pelas empresas Filme B e Rentrak.

Trata-se de uma estrutura de garantias inspirada no modelo de *project finance*, na qual são celebradas, em favor do BNDES, a cessão e vinculação das receitas futuras de bilheteria. Esse fluxo de faturamento, por força do contrato, é coletado por um banco arrecadador e recolhido prioritariamente ao BNDES para fazer frente às obrigações financeiras. Além da vinculação dos recebíveis, é constituída uma conta reserva, com o objetivo de mitigar inadimplências acarretadas por volatilidades de receitas, o que é uma característica do setor, que depende da safra de filmes e das férias.

Outra alternativa para conceder crédito sem a exigência de garantias reais foi a adoção de contratos de recebíveis como garantia do crédito, antecipando as receitas necessárias à execução das obras audiovisuais. Para viabilizar as operações de desconto de contrato (ou *bridge financing*), foi utilizado o arcabouço regulatório do setor, que prevê a abertura de uma conta controlada pela Ancine. Dessa forma, assim que a conta do projeto passava a ser movimentada, os recursos eram direcionados a uma segunda conta “centralizadora” vinculada em favor do BNDES.

#### *Apoio a coproduções internacionais*

O Procult logrou agregar outra inovação, que viabilizou, de forma pioneira, operações de financiamento à produção de séries voltadas para TV, em especial de séries de animação. A produção brasileira independente para TV não encontrava mercado comprador interno, uma vez que, como já foi explicado, as TVs abertas optaram pela verticalização da produção e as TVs por assinatura pela aquisição de produtos estrangeiros.

Diante desse quadro, vislumbrou-se a alternativa de acessar o mercado internacional a partir da estruturação de coproduções com empresas de outros países. Tal estrutura permite a divisão dos custos de produção, com a obtenção de incentivos fiscais concedidos pelos dois países envolvidos, a troca de *expertise* técnica e, principalmente, o acesso simultâneo a diferentes mercados.

Na construção dessa ação, merecem destaque as ações promovidas pelo Programa Brazilian TV Producers, criado em 2004 por meio de uma parceria entre a Associação Brasileira de Produtores Independentes de Televisão (ABPITV), a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) e a Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura (SAv/MinC).

Para viabilizar tais operações, restava ainda um desafio: como levantar os recursos necessários a cobrir a parte do *funding* que cabia às produtoras brasileiras no contrato de coprodução internacional?

O BNDES desenvolveu então um modelo criativo de operação: ao tomar um financiamento no âmbito do Procult e demonstrar sua capacidade de pagamento, a produtora fazia jus a receber também recursos não reembolsáveis, obtidos no âmbito da Lei do Audiovisual (Artigo 1º A). O somatório desses recursos permitiu suprir a parte nacional do *funding* dos contratos de coprodução internacional celebrados por produtoras brasileiras.<sup>8</sup>

Com esse novo instrumento, foi possível financiar as primeiras séries de animação realizadas no país para exibição nos canais por assinatura internacionais. As séries obtiveram excelentes resultados. Destaca-se a série *Peixonauta/Fishtrounaut*, da TV Pinguim em parceria com a Breakthrough, que foi a primeira série de animação brasileira comprada pela Discovery Kids Latin America. Lançada em 2009, alcançou elevados índices de audiência no Brasil. Já foi vendida para mais de 65 países, incluindo Canadá e Estados Unidos, e vem obtendo novas fontes de receita, com o licenciamento de mais de trezentos produtos que utilizam a marca.

Outras séries apoiadas foram *Escola pra Cachorro/Doggy Day School* (coprodução da Mixer com o parceiro canadense City Amérique) e *Meu Amizão/My Big Big Friend* (2DLab com o parceiro canadense Breakthrough), vencedora do *Licensing Challenge* no MIPCOM Jr. 2007. Esta última foi lançada na Discovery Kids LA em 2010 e na TreeHouse em 2011.

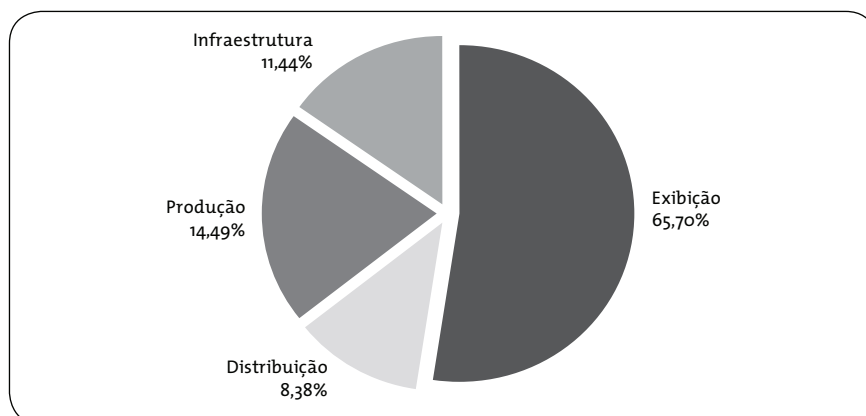
Cabe destacar que o Procult foi, sem dúvida, uma grande novidade em um setor habituado à prática dos incentivos fiscais e dos recursos não reembolsáveis. Não só a repercussão local sobre essa alternativa de crédito foi favorável, mas, mesmo em fóruns internacionais, como o *Creative Industries Committee*, da Organização dos Estados Americanos, o programa passou a ser citado como referência a ações de fomento que deveriam ser seguidas por outros países. O entendimento de empresas, órgãos governamentais e organismos multilaterais era o de que a redução da dependência de repasses e renúncias governamentais seria uma grande

<sup>8</sup> Ressalte-se que somente são elegíveis projetos que tenham firmado contrato internacional de coprodução correspondente a, no mínimo, 40% do orçamento total do projeto, no âmbito de acordos de cooperação bilaterais firmados pelo Brasil com outros países para a atividade audiovisual. Os projetos devem ainda ter contratada a distribuição internacional e assegurada sua exibição em canais ou redes de radiodifusão brasileiros.

contribuição, uma condição essencial para o desenvolvimento de uma cadeia produtiva sustentável, pautada também por referenciais de mercado e resultados financeiros.

Os resultados do Procult são expostos e analisados na seção “Resultados da Atuação do BNDES”. Até maio de 2013 foram aprovados R\$ 167,2 milhões em financiamentos para o setor audiovisual. Foram financiados investimentos em nove estúdios de produção, 160 salas de cinema, além de diversas produções audiovisuais para cinema e TV. A distribuição setorial dos financiamentos realizados pelo Procult é mostrada no Gráfico 2.

**Gráfico 2 | Financiamentos do Procult por elo da cadeia produtiva audiovisual (até mai. 2013)**



Fonte: BNDES.

### Os Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional (Funcine)

Criados em 2001 no âmbito da Política Nacional do Cinema (MP 2.228/01) e regulamentados em 2003 pela Instrução Normativa CVM 398/03, os Funcines são fundos de investimento voltados exclusivamente para o setor. Foram concebidos para atrair novos investidores para a cadeia produtiva audiovisual, com vistas à capitalização das empresas do setor e à melhoria de seu nível de profissionalização e governança.

Um diferencial importante para sua atratividade reside no fato de que os Funcines oferecem a possibilidade de dedução fiscal dos valores aplicados

pelos investidores.<sup>9</sup> E, como todos os fundos de investimento, destinam-se a oferecer rentabilidade a seus cotistas, por meio dos resultados de seus investimentos. Trata-se de instrumento de risco e, portanto, mais adequado ao setor de produção, dada a baixa capitalização de suas empresas e a alta volatilidade de seus resultados.

O BNDES efetuou seu primeiro investimento nessa modalidade no fim de 2005, apostando no investimento por meio de fundos geridos por terceiros para estímulo a setores emergentes, como vem fazendo com outros tipos de fundos de investimento fechados desde sua regulamentação em 1994.<sup>10</sup> Os atuais investimentos do BNDES em Funcines se aproximam de R\$ 31 milhões, distribuídos em uma carteira com cinco Fundos, conforme detalhado no capítulo seguinte. Os principais entraves ao crescimento do instrumento são sua regulação (realizada tanto pela CVM quanto pela Ancine) e a dificuldade de captação em razão da concorrência com outros instrumentos de incentivos fiscais, como os artigos da Lei do Audiovisual e a Lei Rouanet.

Além dos Funcines, também já começaram a ser estruturados os Fundos de Investimento em Participação – ou de *private equity* – (FIP) para investimento no setor. O fato de que esses fundos não permitem dedução fiscal é uma evidência de maior maturidade do mercado e de que os investidores privados já começam a despertar para a atratividade do setor audiovisual brasileiro. Espera-se uma grande inversão de recursos de investidores privados nacionais e internacionais nos próximos anos, estimulados pela Lei 12.485/11, comentada adiante, que deve promover um significativo e crescente impacto na demanda por conteúdo audiovisual produzido no Brasil.

### Os editais de 2006 a 2012

Como já registrado, a ótica de negócios adotada no relacionamento do BNDES com a cadeia produtiva audiovisual refletiu-se também na aplica-

<sup>9</sup> Criada originalmente em caráter temporário, com validade até 2010, a legislação (MP 2.228/01, Art. 44) previa a dedução do investimento em Funcines da base do lucro tributável, regressivamente no tempo, até 2010, sendo ainda facultada ao investidor a dedução de 34% do valor aplicado do Imposto de Renda a pagar, limitada a 3% do total de imposto de renda devido. A nova Lei do Audiovisual (Lei 11.437/06), aprovada em 2006, excluiu a dedução do investimento da base do imposto a pagar, mas definiu em 100% linear o limite percentual da dedução fiscal e prorrogou sua validade até o ano-calendário de 2016.

<sup>10</sup> O BNDES participa hoje de 31 fundos de investimento que totalizam um patrimônio comprometido de aproximadamente R\$ 8 bilhões. Assim como nos Funcines, o BNDES foi pioneiro no investimento em diversos tipos de fundos, incluindo os fundos de *venture capital* para empresas de alta tecnologia e os fundos de governança.

ção de recursos não reembolsáveis por meio dos editais de seleção pública de projetos cinematográficos. Buscava-se então adaptar os editais, um mecanismo tipicamente afeito à lógica de patrocínio e associação de imagem institucional, em um instrumento útil à introdução de práticas de gestão necessárias ao fortalecimento das produtoras nacionais.

Primeiramente, ajustes nos critérios de seleção foram realizados com os objetivos de atrair projetos com maior potencial de mercado e rentabilidade e de induzir a uma melhor estruturação das produtoras. Para tanto, o regulamento que rege o apoio a projetos cinematográficos passou a exigir dos candidatos a apresentação de um plano de negócios, com descrição da projeção de público e renda do filme, informações sobre o plano de distribuição, avaliação do potencial de receitas nas janelas subsequentes (*home video*, TV paga, TV aberta, novas mídias), e ainda um plano estratégico da empresa produtora.<sup>11</sup> Adicionalmente, passaram a ser valorizados, entre os critérios de julgamento adotados, o volume de captações já realizadas e a existência de contrato de distribuição já firmado.

Dentre as demais alterações que foram sendo introduzidas, merecem destaque:

- a criação da categoria “finalização”, visando contribuir para que filmes em produção possam ser efetivamente lançados;
- a ampliação do valor máximo de apoio a cada projeto, como forma de mitigar ainda mais o risco de não conclusão dos filmes; e
- a incorporação do segmento de animação, que passou a contar com uma oferta estável de recursos, medida que, somada a outras iniciativas do próprio Banco e das demais instituições do setor, fomentou a ampliação das produções de animação brasileiras e o desenvolvimento de empresas.

O objetivo foi apoiar filmes com maior expressão de mercado, contribuindo para o *market share* do cinema nacional nas bilheterias e para a dinamização do mercado cinematográfico brasileiro. Em paralelo, buscou-se reduzir o ciclo de produção dos filmes – da aprovação até o lançamento – disponibilizando

<sup>11</sup> Um fator distintivo da seleção do BNDES é a analisar a produtora tanto quanto o projeto em si, sendo priorizadas produtoras que tenham bom histórico de realizações, bons resultados de bilheteria e que, principalmente, tenham uma estratégia empresarial consistente.

mais filmes no mercado e contribuindo para maior eficiência e profissionalização do setor.

### O Fundo Setorial do Audiovisual (FSA)<sup>12</sup>

Desde dezembro de 2009, o BNDES credenciou-se como agente financeiro do FSA e passou a dispor de recursos do fundo como fonte adicional de financiamento a seus clientes, por meio de um contrato celebrado entre o Banco e a Ancine. Embora a definição de diretrizes, políticas, normas, prioridades etc. para a aplicação dos recursos caiba ao Comitê Gestor do FSA, a realização de operações de crédito é atribuição exclusiva de agentes financeiros credenciados.

Esse acordo operacional teve por finalidade inicial promover a atuação do BNDES focada na expansão do elo nacional de exibição cinematográfica, segmento que dispõe de um instrumento específico no FSA, o Programa Cinema Perto de Você (PCPV). Os objetivos desse programa são:

- fortalecer as empresas e o segmento de exibição cinematográfica, apoiando a expansão do parque exibidor e sua atualização tecnológica;
- facilitar o acesso da população às obras audiovisuais por meio da abertura de salas em cidades de porte médio e bairros populares das grandes cidades;
- ampliar o estrato social dos frequentadores de salas de cinema, com atenção especial para os novos consumidores da classe C; e
- descentralizar o parque exibidor, procurando induzir à formação de novos centros regionais consumidores de cinema.

Como será detalhado no próximo capítulo, até maio de 2013 os recursos do FSA, nas condições oferecidas pelo Programa Cinema Perto de Você, haviam viabilizado operações de financiamento a quase uma centena de salas de cinema em todo o país, contribuindo significativamente com a expansão e, sobretudo, com a desconcentração geográfica das salas de cinema do país.

<sup>12</sup> Criado pela Lei 11.437, de 28 de dezembro de 2006, e regulamentado pelo Decreto 6.299, de 12 de dezembro de 2007, o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) é uma categoria específica do Fundo Nacional de Cultura (FNC), exclusivamente voltada ao setor audiovisual. O FSA dispõe de diferentes instrumentos financeiros destinados ao desenvolvimento do setor, como financiamento, investimento e valores não reembolsáveis. Os recursos do FSA são oriundos da própria atividade econômica, de contribuições recolhidas pelos agentes do mercado, principalmente da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (Condecine) – e do Fundo de Fiscalização das Telecomunicações (Fistel).

Em 2011, BNDES e Ancine trabalharam na estruturação de uma modelagem financeira capaz de viabilizar o financiamento da produção audiovisual por meio dos recursos do FSA para atender às demandas decorrentes da Lei 12.485. Para tal, foi modelada uma operação que prevê o repasse de recursos do FSA pelo BNDES ao BRDE para que sejam financiados projetos de produção audiovisual para cinema e TV. O contrato prevê o repasse de até R\$ 2 bilhões até 2015. Os projetos serão selecionados não só por meio de editais, mas também pela apresentação, a qualquer momento, de projetos, o que deverá contribuir para a previsibilidade de caixa das empresas.

### Resultados da atuação do BNDES

Consideradas todas as formas de apoio financeiro oferecidas pelo BNDES à cadeia produtiva audiovisual de 1995 a maio de 2013, os desembolsos ao setor são de cerca de R\$ 520 milhões (Tabela 2). Nos últimos sete anos, com a criação de novas modalidades de apoio, esse fluxo de recursos elevou-se substancialmente, atingindo um patamar médio de cerca de R\$ 50 milhões/ano. Os Funcines, implementados a partir de 2006, e os financiamentos do Procult, iniciados em 2007, foram decisivos para essa elevação no volume anual de créditos.

Tabela 2 | Valores aprovados pelo BNDES para a cadeia produtiva audiovisual, de 1995 a mai. 2013 (R\$ mil)

Ano	Editais	Procult – financiamento	Funcine	Operações indiretas*	Total
1995	1.393.310			1.549.887	2.943.197
1996	1.442.139			3.123.881	4.566.020
1997	2.708.951			3.824.536	6.533.487
1998	2.203.365			11.420.489	13.623.854
1999	4.690.385			22.102.872	26.793.257
2000	7.128.301			11.999.650	19.127.951
2001	14.117.723			16.275.344	30.393.067
2002	6.927.433			12.380.968	19.308.401
2003	15.000.000			11.408.083	26.408.083
2004	14.849.223			3.148.533	17.997.756

*Continua*



## Continuação

Ano	Editais	Procult – financiamento	Funcine	Operações indiretas*	Total
2005	9.800.000			2.691.000	12.491.000
2006	12.800.000		2.990.000	5.285.000	21.075.000
2007	12.900.000	10.020.000	7.485.000	1.276.000	31.681.000
2008	12.448.745	22.450.000	8.150.000	833.000	43.881.745
2009	13.250.000	41.800.000	6.000.000	2.971.000	64.021.000
2010	13.936.100	16.370.000	10.800.000	5.193.000	46.299.100
2011		27.500.000	6.067.889	20.592.000	54.159.889
2012	13.378.599	15.967.000	7.000.000	6.673.000	43.018.599
Jan.- mai. 2013		31.832.574		931.000	32.763.574
<b>Total</b>	<b>158.974.274</b>	<b>165.939.574</b>	<b>48.492.889</b>	<b>143.679.243</b>	<b>517.085.980</b>

Fonte: BNDES.

\* Desembolsos do Cartão BNDES, BNDES Automático, Finame e Finem Indireto.

Os financiamentos no âmbito do Procult transformaram-se no principal mecanismo de canalização de recursos para a cadeia produtiva audiovisual. A carteira do programa reúne hoje vinte empresas, com destaque para as do elo de exibição, responsáveis por 19 projetos, que totalizaram a criação de 160 novas salas de cinema.

### Exibição

Dos R\$ 165,9 milhões em financiamentos do Procult ao setor audiovisual registrados na Tabela 2, ao elo de exibição, destinaram-se R\$ 109,8 (66,1%), dos quais R\$ 50,6 milhões (30,5%) tiveram origem no Fundo Setorial do Audiovisual (Tabela 3).<sup>13</sup>

Esse bem-sucedido fluxo de financiamentos a salas de exibição só foi possível graças à criação de um modelo de constituição de garantias, já mencionado, por meio de recebíveis do faturamento futuro das bilheterias.

Como resultado desse desempenho, os financiamentos do BNDES a empresas de exibição viabilizaram a criação de aproximadamente 30 % das novas salas de exibição no período 2007-2013.

<sup>13</sup> Vale lembrar que os recursos do FSA são direcionados exclusivamente às empresas exibidoras em operação conjunta com o financiamento do Procult.

Tabela 3 | Créditos do BNDES aprovados para salas de cinema

Projetos	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013*	Total
Nº de projetos	1	3	3	3	3	4	2	19
Nº de salas	6	18	37	18	32	18	31	160
Recursos do FSA (R\$ milhões)	-	-	-	3,2	13,5	11,4	22,5	50,6
FSA/total (%)	-	-	-	29,1	59,0	71,1	70,8	46,1
<b>Valor total (R\$ milhões)</b>	<b>2,0</b>	<b>10,8</b>	<b>15,3</b>	<b>10,9</b>	<b>23,0</b>	<b>16,0</b>	<b>31,8</b>	<b>109,8</b>

Fonte: BNDES/AI/DECULT.

\* Até mai. 2013.

## Produção

Os recursos do BNDES para o elo de produção da cadeia produtiva audiovisual fluem, principalmente, por meio de financiamentos do BNDES-Procult e dos Editais de Seleção de Projetos Cinematográficos. Os Funcines, embora também invistam na produção de filmes, podem destinar suas inversões a outras finalidades, razão pela qual terão seus resultados comentados isoladamente.

O BNDES-Procult promoveu a aprovação de R\$ 24,3 milhões em financiamentos para empresas produtoras de audiovisual, entre 2007 e 2012. Destinaram-se à produção de filmes para cinema e de séries de TV, com destaque para as já citadas séries de animação para TV.

Vale registrar que a produção do filme nacional “174”, de Bruno Barreto, foi a primeira operação realizada no formato de adiantamento de recebíveis (*bridge financing*) relativos a um contrato de distribuição. Esse mecanismo permitiu encurtar o prazo de conclusão tornando possível o planejamento de caixa e, do ponto de vista bancário, do financiador, a existência de tal contrato segregou o risco de *performance* comercial do filme da operação de financiamento.<sup>14</sup>

<sup>14</sup> Como destacado por Gorgulho (2012), o Brasil não dispõe até hoje da oferta de *completion bonds* para o setor cultural, instrumento tradicionalmente disponível no mercado internacional, de forma que a análise de risco de realização do projeto fica a cargo do BNDES. A oferta desse mecanismo para o mercado brasileiro poderia viabilizar um grande impulso ao financiamento do setor pelos bancos comerciais, constituindo-se uma oportunidade em aberto no mercado brasileiro para instituições internacionais atuantes na área.

Por sua vez, entre 2007 e 2012, os Editais garantiram R\$ 65,9 milhões para a produção cinematográfica (ficção, documentários e animação). Assim, em conjunto com os financiamentos, o total de créditos diretos aprovados pelo BNDES para a produção audiovisual brasileira alcançou R\$ 90,2 milhões naquele período, o que corresponde a uma média anual de R\$ 15 milhões. Esse patamar corresponde a um pouco mais de 10% da média anual dos recursos e incentivos governamentais concedidos à produção audiovisual, tabulados na Tabela 5.

Vale destacar, mais uma vez, que os recursos do BNDES também são destinados à produção audiovisual por meio dos Funcines, o que eleva o patamar da participação do Banco. Porém, como esses fundos também destinam seus investimentos a outros elos da cadeia produtiva, eles não foram aqui considerados. Seus resultados são comentados um pouco mais adiante.

**Tabela 4 | Recursos e incentivos governamentais à produção audiovisual brasileira (em R\$ milhões)**

<b>Investimentos</b>	<b>2001- 2002</b>	<b>2003- 2004</b>	<b>2005- 2006</b>	<b>2007- 2008</b>	<b>2009- 2010</b>	<b>Total</b>	<b>Média anual</b>
Lei do Audiovisual (Art. 1º)	75,8	107,0	98,3	83,4	53,8	418,3	41,8
Lei do Audiovisual (Art. 1ºA)	-	0,0	0,0	87,5	97,4	185,0	18,5
Lei do Audiovisual (Art. 3º)	26,8	80,1	97,9	70,3	53,0	328,2	32,8
Lei do Audiovisual (Art. 3ºA)	-	0,0	0,0	0,0	30,7	30,7	3,1
Lei Rouanet	64,0	54,5	79,4	15,8	11,2	224,9	22,5
Conversão de dívida	3,7	2,2	0,0	0,0	0,0	5,9	0,6
Orçamento da União	15,5	0,0	0,0	0,0	0,0	15,5	1,6
Art. 39 (Condecine 3%)	0,0	19,6	20,3	37,9	19,2	96,9	9,7
Funcines	0,0	0,0	4,5	10,1	8,5	23,0	2,3
<b>Total</b>	<b>185,8</b>	<b>263,3</b>	<b>300,4</b>	<b>305,1</b>	<b>273,7</b>	<b>1.328,4</b>	<b>132,8</b>

Fonte: Filme B.

## Infraestrutura

Nesses seis anos e meio de vigência, o Procult promoveu o financiamento a investimentos em infraestrutura audiovisual, contemplando a construção

de nove estúdios, entre outros investimentos, no valor de R\$ 19,1 milhões, o que contribuiu para fortalecer o elo da infraestrutura da cadeia audiovisual, pré-requisito indispensável ao crescimento da produção brasileira independente.

Os equipamentos e serviços ofertados pelas empresas de infraestrutura viabilizam a atuação de cerca de quatro mil produtoras independentes no Brasil, majoritariamente de pequeno porte, que não dispõem de escala para arcar com estúdios próprios. A montagem de um estúdio requer altos investimentos tanto na construção e manutenção do estúdio propriamente dito (isolamento acústico, estrutura para movimentação de luz e cenário, pé-direito etc.) quanto em equipamentos de luz, câmeras de filmagem, equipamentos de pós-produção de som e imagem etc., todos sujeitos ao risco da obsolescência em virtude das frequentes inovações tecnológicas.

Assim, a produção audiovisual brasileira independente, seja para cinema, publicidade ou televisão, contrata os serviços dos estúdios de gravação, o que inclui seus espaços físicos e equipamentos. Apenas os grandes grupos de radiodifusão dispõem de capital para investir em uma estrutura verticalizada, com serviços próprios de infraestrutura.

Há necessidade de expansão da capacidade instalada desses serviços, e o Procult tem demonstrado ser um instrumento apropriado ao financiamento de tais investimentos. Trata-se de um segmento cujos investimentos tangíveis se adequam à composição de garantias e que tem se beneficiado de uma demanda aquecida, proveniente de um grande número de produtoras, e que deverá permanecer elevada nos anos seguintes. O entrave para sua expansão tem sido o preço dos terrenos próximos aos principais mercados, Rio de Janeiro e São Paulo.

**Tabela 5 | Valores aprovados pelo BNDES para o audiovisual – por elos da cadeia**

<b>BNDES-Procult</b>		<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>Mai 2013</b>	<b>Total</b>
<b>Financiamentos</b>									
<b>por elos da cadeia</b>									
A.1 Produção	Nº de projetos	1	1	4	2	1			9
	Valor (R\$ milhões)	1,0	1,8	11,5	5,5	4,5			24,3
A.2 Distribuição	Nº de projetos			1					1
	Valor (R\$ milhões)			14,0					14,0

*Continua*

## Continuação

BNDES-Procult Financiamentos por elos da cadeia		2007	2008	2009	2010	2011	2012	Maio 2013	Total
A.3 Exibição	Nº de projetos	1	3	3	3	3	4	3	19
	Valor (R\$ milhões)	2,0	10,8	15,3	10,9	23,0	16,0	31,8	109,8
A.4 Infraestrutura	Nº de projetos	1	1	1				1	4
	Valor (R\$ milhões)	7,0	9,9	1				1,2	19,1
Total A. BNDES-Procult Financiamento	Nº de projetos	3	5	9	5	4	4	2	34
	Valor (R\$ milhões)	10,0	22,5	41,8	16,4	27,5	16,0	33,0	167,2
B. Editais	Nº de projetos	20	18	25	20		17		100
	R\$ milhões	12,9	12,4	13,3	13,9		13,4		65,9
C. Funcines	R\$ milhões	7,5	8,1	6,0	10,8	6,1	7,0		45,5
<b>Total</b>	<b>R\$ milhões</b>	<b>20,0</b>	<b>45,0</b>	<b>83,6</b>	<b>57,5</b>	<b>61,1</b>	<b>52,4</b>	<b>66,0</b>	<b>385,6</b>

Fonte: BNDES.

## Funcines

Esses fundos demonstraram ser um excelente meio de canalizar recursos para o desenvolvimento da cadeia produtiva audiovisual. Seus investimentos destinam-se a empresas brasileiras, para uma variada gama de objetivos como a produção de obras audiovisuais independentes; a construção, a reforma ou a recuperação de salas de exibição; projetos de infraestrutura; ou mesmo aquisição de ações de empresas brasileiras de qualquer elo da cadeia produtiva audiovisual. O importante é que as decisões de investimento dos gestores dos Funcines passam por critérios de retorno do capital, o que introduz esse objetivo nas negociações, reforça e ajuda a consolidar essa mentalidade no mercado e obriga as empresas que almejam tais investimentos a pautarem-se por esse critério e a elaborarem e apresentarem projetos rentáveis.

Quando empregados pelos Fundos para o aporte de capital minoritário em empresas do setor, no modelo *venture capital* ou *private equity*, os Funcines contribuem não só para a capitalização das empresas, mas também para o aperfeiçoamento de suas governanças e, assim, para o maior profissionalismo e o fortalecimento do setor audiovisual brasileiro.

Entre 2006 e 2012, o BNDES aprovou o aporte de até R\$ 48,5 milhões em cinco fundos, dos quais R\$ 31 milhões foram efetivamente realizados até o fim do 1º semestre de 2013.

Tabela 6 | Carteira de Funcines (maio 2013)

Fundos em operação				
Fundo	Foco do fundo	Patrimônio comprometido (R\$ mil)	Participação BNDES (R\$ mil)	%
Funcine RB Cinema I	Diversificado: produção, comercialização, empresas	15.050	10.000	66
Funcine Lacan Downtown	Distribuição (produção e comercialização)	14.089	7.920	56
Funcine Anima SP	Séries de animação para TV	5.700	4.000	70
Funcine Investe Rio*	Diversificado: produção, comercialização, exibição	18.000	9.000	50
<b>Total</b>		<b>52.839</b>	<b>30.920</b>	<b>59</b>

Fundos em captação				
Fundo	Foco do fundo	Patrimônio comprometido (R\$ milhões)	Participação BNDES (R\$ milhões)	%
Funcine Investimage	Diversificado: produção, comercialização, exibição	Entre R\$ 6 e 12 milhões	Entre R\$ 4 e 9 milhões	70
<b>Total</b>		<b>Entre R\$ 6 e 12 milhões</b>	<b>Entre R\$ 4 e 9 milhões</b>	

Fonte: BNDES.

\* Desembolsados R\$ 3 milhões.

## A evolução recente do mercado audiovisual

Quando comparados às estatísticas dos anos de 2001 e 2005 apresentadas no início deste artigo, os dados relativos ao ano de 2011 evidenciam um bom desempenho da atividade audiovisual no Brasil.

**Tabela 7 | Alguns indicadores da cadeia produtiva audiovisual brasileira em anos selecionados**

Ano	Número de salas de cinema	População (milhão de habitantes)	Salas/ milhão de habitantes	Nº de ingressos (milhões)	Ingressos/ habitante	Nº de filmes nacionais lançados	Renda de exibição (R\$ milhões)
2001	1.620	172,4	9,4	74,3	0,43	30	n.d.
2005	2.045	184,1	11,1	89,8	0,49	45	644,1
2011	2.352	192,4	12,2	143,2	0,74	100	1.449,8

Fontes: Meleiro (2007) e Ancine.

Outros indicadores corroboram esse bom desempenho do setor audiovisual, entre eles, a evolução dos números de lançamentos e de filmes brasileiros lançados, a renda gerada pelo cinema nacional e seu *market share*, conforme registrado na Tabela 8.

De qualquer forma, a sustentabilidade da produção audiovisual nacional passa pela permanente melhoria de sua qualidade e pela conquista e consolidação de seu público. O surgimento de novas fontes de recursos para o setor, como os Funcines, o BNDES-Procult e o FSA, foi importante para reposicionar e fortalecer a produção local, e esses recursos continuarão a desempenhar seu papel em um cenário que se avalia ser extremamente favorável.

**Tabela 8 | Indicadores do mercado audiovisual brasileiro de 2002 a 2012 (em milhões de ingressos e R\$ milhões)**

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Número total de ingressos	90,9	103,0	114,7	89,8	90,3	89,3	89,1	112,7	134,8	143,2	146,5
Renda total	529,6	647,6	766,9	644,1	695,0	712,6	727,5	969,8	1.260,4	1.449,8	1.612,9
Ingressos filmes brasileiros	7,3	22,1	16,4	10,7	9,9	10,3	8,8	16,1	25,7	17,7	15,6
Renda filmes brasileiros	40,4	134,1	110,1	73,9	73,7	79,1	69,4	131,9	226,0	161,5	157,3
Ingressos filmes estrangeiros	83,6	80,9	98,3	79,0	80,4	79,0	80,3	96,6	109,1	125,5	130,9
Renda filmes estrangeiros	489,2	513,5	656,8	570,3	621,2	633,5	658,1	837,9	1.034,4	1.288,3	1.455,6
Filmes brasileiros:											
Renda (%)	7,6	20,7	14,4	11,5	10,6	11,1	9,5	13,6	17,9	11,1	9,8
Ingressos (%)	8,0	21,4	14,3	12,0	11,0	11,5	9,9	14,3	19,1	12,4	10,6

*Continua*

Continuação

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Nº total de lançamentos	196	225	300	273	330	326	325	317	302	337	325
Lançamentos brasileiros	29	30	49	46	71	78	79	84	74	100	83
Lançamentos estrangeiros	167	195	251	227	259	248	246	233	228	237	242
Lançamentos brasileiros (%)	14,8	13,3	16,3	16,8	21,5	23,9	24,3	26,5	24,5	29,7	25,5

Fonte: Ancine.

O maior desafio atual do setor no Brasil é aumentar e sustentar o *market share* do filme nacional. A Tabela 8 demonstra que cerca de 25% dos lançamentos no Brasil são filmes nacionais. Em contrapartida, apenas 10% da renda total de bilheteria advém desses filmes, com exceção de alguns anos (como 2003 e 2010), quando a participação se situou no patamar de 20%. Vale ressaltar que esses picos se deveram ao lançamento de um ou dois filmes nacionais de grande público, que infelizmente ainda são ocasionais.

Em que pesem as dificuldades e limitações das ações empreendidas pelo BNDES no setor audiovisual, a instituição foi capaz de, paulatinamente, estruturar soluções criativas para atender ao setor, com o emprego articulado de diferentes instrumentos financeiros. O Banco tem conseguido assim realizar seu trabalho de fomento e fortalecer a cadeia de produção audiovisual brasileira no mercado.

## Desafios e oportunidades

### A Lei 12.485 e o aumento da demanda da produção audiovisual brasileira independente

A Lei 12.485, aprovada em dezembro de 2011 e regulamentada em junho de 2012, representa um marco de significativas mudanças no mercado de TV paga, com desdobramentos positivos sobre a cadeia produtiva audiovisual, sobretudo o de promover um grande incremento na demanda pela produção independente de conteúdo audiovisual brasileiro. Esse efeito será decorrência da aplicação do mecanismo de cotas estabelecidas por essa lei, principalmente a de exibição obrigatória de conteúdo nacional pelos canais de TV paga. Há ainda outros dois tipos de cotas referentes à oferta de pa-



cotes de canais aos assinantes, que também contribuirão favoravelmente à elevação da produção audiovisual brasileira.<sup>15</sup>

A programação de filmes da TV brasileira veicula muito pouco conteúdo nacional, sobretudo o independente. Os canais brasileiros produzem seu próprio conteúdo, ou os compram de produtoras independentes, sob encomenda, em um modelo no qual o produtor cede seu direito patrimonial. Já o conteúdo veiculado pelos canais estrangeiros é, em sua grande maioria, de origem internacional, de boa qualidade de produção e com baixo custo de aquisição, uma vez que, comercializado em escala mundial, já se encontra total ou parcialmente amortizado.

Segundo um estudo patrocinado pela Ancine, a incidência de filmes nacionais foi de 811 filmes em 4.727 títulos exibidos, ou seja, 14,6%, para dados de 2009. Desconsiderando o Canal Brasil, canal exclusivo para filmes brasileiros, esse percentual cai para apenas 1,4%, ou para apenas 64 títulos. O quadro é pior quando se muda para a análise dos canais de séries e seriados: somente 1,2% do tempo da programação foi dedicado à programação nacional, o que dá apenas 34,5 horas anuais de veiculação de programação nacional, contra 2.754 horas exibidas no ano no total.

Para alterar esse cenário em benefício da produção nacional, portanto, a Lei 12.485 criou as cotas de exibição obrigatória de conteúdo nacional para os canais de TV paga classificados como “de espaço qualificado” pela própria lei, seja na forma de filmes, documentários, seriados, animação etc. As cotas são consideradas necessárias para aumentar a competitividade da produção de conteúdo nacional, garantindo uma demanda potencial mínima que possibilite a existência da produção em bases capitalistas, sem o demasiado apoio do erário público, por dois motivos. O primeiro motivo decorre da discrepância entre o poder de distribuição das programadoras estrangeiras e das brasileiras, já que as primeiras diluem os altos custos de produção em praticamente todos os países e as segundas apenas no Brasil e em poucos canais, sobretudo da TV paga. Isso acontece porque a produ-

<sup>15</sup> Além de dispor sobre as cotas de produção nacional, a Lei 12.485 também regulamenta a entrada das empresas de telecomunicações no mercado de serviços de TV por assinatura, vedando, contudo, sua verticalização, o que deverá intensificar a concorrência, reduzir preços e aumentar o número de assinantes. Em 1998, havia apenas 1,6 milhão de assinantes de TV paga; em 2007, chegaram a 5,2 milhões e, com um acelerado ritmo de crescimento, ultrapassam os 14,5 milhões em 2012. Apesar disso, o nível de cobertura de 22% dos domicílios com aparelho de TV registrado em 2010 ainda é menor que a então média da América do Sul, de 38%. Em 2012, o patamar de cobertura brasileiro alcançou a 25% dos lares com TV. A expectativa é de que chegue a 50% até 2017.

ção tem custo muito alto, viabilizando a venda apenas em grandes quantidades (economia de escala). Os produtores e programadores estrangeiros têm o mercado mundial para recuperar seus custos de produção e, por isso, podem vender a preço muito baixo (em relação a seus custos de produção) no Brasil.<sup>16</sup> O segundo motivo é alta verticalização da cadeia produtiva no Brasil. Os canais de programação são controlados pelos mesmos donos dos meios de distribuição, concentrando verticalmente o mercado e criando altas barreiras à entrada para a produção.

Observe-se que não só o elo local da produção audiovisual será mais demandado, mas, consequentemente, os serviços de infraestrutura local também serão beneficiados pela ampliação do mercado audiovisual.

As outras duas cotas estabelecidas pela referida lei estão relacionadas aos produtos (pacotes) ofertados aos assinantes. Há cotas obrigatórias para canais brasileiros “de espaço qualificado”, que veiclem majoritariamente conteúdo audiovisual brasileiro no “horário nobre”; e, para esses canais, também há cotas para aqueles que deverão veicular, no mínimo, 12 horas diárias de conteúdo audiovisual brasileiro gerado por produtoras brasileiras independentes, sendo ao menos três dessas horas em “horário nobre”.<sup>17</sup>

A Ancine estima que a oferta de conteúdo audiovisual nacional independente, nos canais ditos – qualificados – nos termos da referida Lei 12.485, é de setenta minutos semanais. Para atender à lei, esse patamar deverá alcançar 140 minutos em 2013 e 210 minutos em 2014, o que significa que a produção direcionada à TV paga vai triplicar até o próximo ano.

### **O desenvolvimento de marcas e a geração de valor na cadeia audiovisual**

O desenvolvimento de novos conteúdos culturais apresenta diversas semelhanças e méritos equiparáveis à inovação em indústrias intensivas em tecnologia. Enquanto as empresas de tecnologia efetuam esforços de P&D visando à geração de patentes industriais, as empresas geradoras de conteúdo

<sup>16</sup> As políticas de cotas são reconhecidas no âmbito da Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais da Unesco (arts. 1º e 6º), da qual o Brasil é signatário (Decreto 6.177/2007).

<sup>17</sup> Essas quotas têm por objetivo estimular o surgimento de canais e programadoras brasileiras e ampliar o mercado para a produção nacional, em particular, as de maior valor agregado, como filmes, obras seriadas, documentários e animação.

cultural, analogamente, desenvolvem produtos, gerando *copyrights*, que têm enorme capacidade de multiplicar os ganhos gerados pelo produto original.

A indústria audiovisual tem feito um grande esforço para a criação de marcas próprias, como a de um personagem, que podem ser licenciadas e originar uma infinidade de produtos a serem comercializados, gerando *royalties* para o criador. No mercado de produtos infantis, praticamente tudo o que é produzido recebe a marca de algum produto audiovisual, desde as fraldas, passando por cremes dentais, mochilas, estojos e, obviamente, brinquedos, entre outros.

Nos planos de negócio das produtoras audiovisuais, é crescente a previsão da receita com os *royalties*. Em alguns casos, como na produção de séries de animação para TV, o elevado custo de produção só consegue ser amortizado ao se considerarem as expectativas de receitas geradas com a marca. Assim, a expectativa de ganhos com o licenciamento dos produtos passa a ser um fator determinante para os investidores apostarem naquela produção.

Em resumo, pode-se afirmar que o desenvolvimento de conteúdos criativos:

- organiza-se na forma de equipes estáveis de desenvolvimento, como os núcleos criativos de estúdios e editoras;
- envolve alto grau de conhecimento técnico específico, como a linguagem artística cinematográfica ou literária;
- demanda investimentos com alto grau de risco de *performance* comercial como filmes, livros, games, novos personagens etc.;
- envolve risco técnico na transformação da pesquisa para a fase de protótipo e desse para o lançamento em mercado (por exemplo, em uma série de animação, os riscos se concentram na transformação do argumento ou roteiro em “piloto” para venda e desenvolvimento da primeira temporada);
- gera direitos de propriedade intelectual (direito autoral, direitos conexos, registro de marcas e patentes referentes a novos personagens, formatos etc.); e, por fim,
- constrói um ativo de longo prazo para as empresas criativas com grande potencial de geração de receitas futuras tais como catálogos

de filmes, séries, fonogramas e títulos editoriais; licenciamento da imagem de personagens, marcas das empresas e seus produtos etc.

A receita advinda dos direitos de propriedade intelectual referentes aos bens intangíveis mais que dobraram entre 2002 e 2008. Por exemplo, as receitas de *royalties* aumentaram de US\$ 83 bilhões para US\$ 182 bilhões [WIPO (2010)]. Mas o destaque é para a propriedade intelectual própria da indústria criativa – o *copyright*, que, para alguns países, como EUA, Austrália e Reino Unido, passa dos 10% do PIB [WIPO (2010)]. No período de 2002 e 2008, o comércio de bens e serviços criativos aumentou a uma taxa média anual sem precedentes de 14%. Exportações mundiais de produtos criativos foram avaliadas em US\$ 592,1 bilhões em 2008, ante US\$ 267,2 bilhões em 2002. Essa tendência positiva ocorreu em todas as regiões e grupos de países e espera-se que permaneça na presente década [UNCTAD (2010)].

### Digitalização das salas de cinema

Após mais de um século de reinado das cópias em película no formato 35 milímetros, a tecnologia digital finalmente passará a imperar no elo de exibição da cadeia produtiva audiovisual. Os grandes estúdios norte-americanos anunciaram que, a partir do ano de 2015, deixarão de distribuir cópias em película, passando a operar apenas em meio digital, o que inviabilizaria a continuidade da operação das salas de cinema não digitalizadas.

Esse movimento se deve fundamentalmente aos custos referentes às cópias dos filmes em película, que precisam ser produzidos e distribuídos fisicamente em cada sala de cinema. Visando reduzir esse custo, as distribuidoras multinacionais, vinculadas aos grandes estúdios, vêm estimulando a adoção da projeção digital.

O impulso definitivo que veio acelerar esse processo foi consequência de uma enorme contração na demanda no mercado de películas, promovida pela atual supremacia das câmaras fotográficas digitais. A consequente e drástica redução da escala de produção de filmes fotográficos levou a um aumento no custo de fabricação das cópias de filmes em película.

Se, para os distribuidores, a adoção do padrão digital representa uma possibilidade de redução de custos, para os exibidores, exige um forte investimento e uma remodelagem em sua estrutura de operações. Para exibir o conteúdo em formato digital, as salas de cinema precisam dispor, no mínimo, de proje-

tores digitais apropriados, cujo investimento supera os US\$ 60 mil, que têm uma vida útil menor do que a dos atuais projetores analógicos<sup>18</sup> e demandam custos de manutenção mais elevados.

A seu favor, registre-se que esses novos equipamentos digitais permitirão a redução dos custos operacionais (recursos humanos), maior agilidade no recebimento de lançamentos e a geração de receitas extraordinárias, como por meio da transmissão ao vivo de diferentes tipos de evento: musicais, esportivos, empresariais etc.

A solução encontrada pelo mercado foi a adoção de um modelo de repartição dos ganhos, no qual os grandes distribuidores, ou seja, os grandes estúdios de produção cinematográfica, passaram a contribuir para o financiamento dos investimentos dos exibidores na adequação das salas e na aquisição e instalação de sistemas e equipamentos de projeção digital.

Para viabilizar que, simultaneamente, uma grande quantidade de salas acesse os recursos cedidos pelos estúdios de produção e possa fazer sua transição para a tecnologia digital, é necessária a estruturação de uma complexa engenharia financeira, gerida por uma “empresa integradora”.

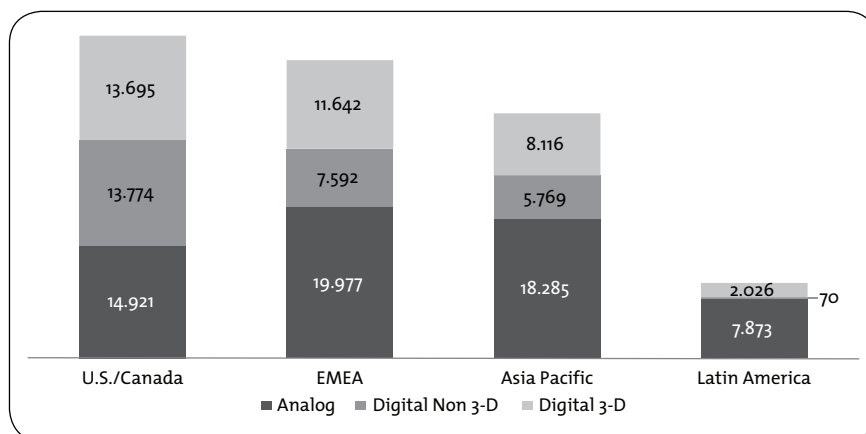
Sob a denominação de Virtual Print Fee (VPF), os distribuidores depositam, durante um determinado período, o valor monetário referente à cópia em película que deixa de ser produzida em virtude da projeção dos filmes em formato digital. A empresa integradora administra esses recursos de modo a viabilizar a instalação, adaptação e manutenção dos equipamentos de exibição digital nas salas de cinema, e recebe dos exibidores uma remuneração pelos serviços de administração financeira e manutenção de equipamentos e sistemas.<sup>19</sup>

Enquanto nos mercados maduros, como o norte-americano e europeu, a grande maioria das salas já conta com projetores digitais, na América do Sul, a adequação do parque exibidor ao formato digital encontra-se atrasada (Gráfico 3). No Brasil a parcela de salas capazes de exibir cópias digitais ainda está no patamar de 30%. A dificuldade na constituição de um modelo operacional e financeiro que viabilizasse e acelerasse esse processo certamente contribuiu para esse baixo desempenho.

<sup>18</sup> Os projetores digitais têm sua vida útil estimada em cerca de dez anos e os equipamentos de 35 mm têm uma vida média de 25 a trinta anos.

<sup>19</sup> O integrador é ainda responsável pela prestação de contas aos distribuidores e pelo monitoramento das informações sobre as programações das salas, para o que utiliza o Theater Management System (TMS).

Gráfico 3 | Digitalização das salas de cinema no mundo



Fonte: IHS Screen Digest.

Com o objetivo de transformar esse cenário, em março de 2013, o BNDES e a Ancine lançaram, com recursos do FSA, uma linha de crédito voltada à aceleração do processo de digitalização das salas de cinema brasileiras. O potencial estimado é de aproximadamente 1.400 salas, que poderão ser digitalizadas em um prazo de cerca de dois anos. Nesse universo, não se encontram os exibidores estrangeiros, como Cinemark, Cinopolis e UCI, pois já dispõem de solução para a digitalização de suas salas.

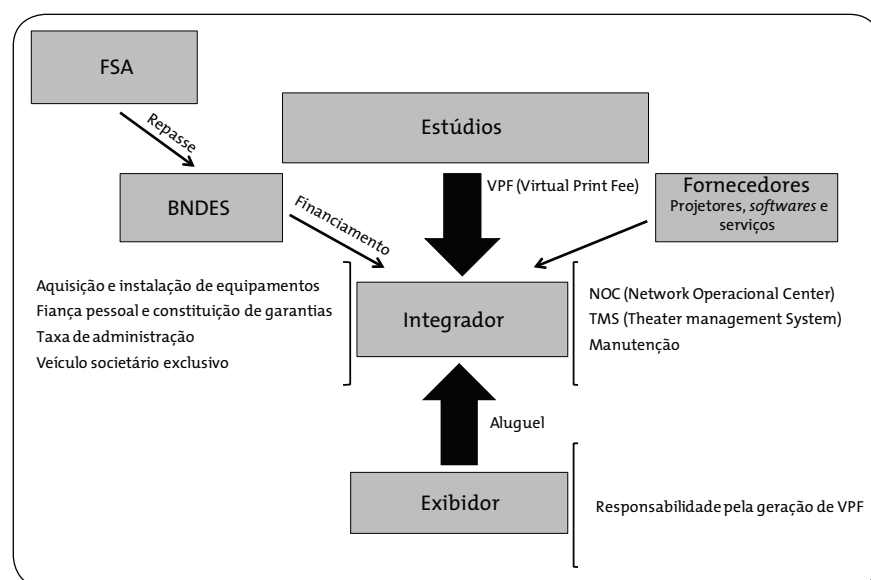
O avanço da digitalização será benéfico para a descentralização do parque exibidor brasileiro. Um dos principais gargalos para a operação de salas em regiões de menor porte é o acesso às cópias físicas dos filmes, que, por questões logísticas e dos custos das cópias, chegam muito tempo após suas estreias nos maiores mercados do país. Essa defasagem mina a competitividade e a viabilidade econômica dessas salas. A expectativa é de que a digitalização viabilize a inserção dessas salas no circuito comercial de lançamentos.

O modelo adotado para o Brasil também conta com a atuação das empresas integradoras, que contratarão os financiamentos de digitalização de, pelo menos, 250 salas de cinema por contrato, das quais ao menos 20% de pequenos exibidores. Os integradores se responsabilizarão pela aquisição, instalação e manutenção dos equipamentos de exibição em formato digital, e pelo gerenciamento dos fluxos financeiros provenientes dos distribuidores e dos exibidores. Destaque-se que as obrigações financeiras dos peque-

nos exibidores (com até dez salas de cinema) serão menores do que a dos grandes grupos.

A exemplo do modelo de garantias criado pelo Banco para o financiamento de salas de cinema, os recursos do FSA contratados pelas empresas integradoras também serão garantidos por meio de um fluxo financeiro futuro, no caso de VPFs, além dos próprios equipamentos e da fiança pessoal. A estruturação operacional e financeira é representada na Figura 1.

Figura 1 | Modelo operacional e financeiro para a digitalização das salas de cinema



Fonte: BNDES.

## Perspectivas da atuação do BNDES no desenvolvimento do mercado audiovisual

A trajetória até aqui percorrida de fortalecimento da cadeia produtiva audiovisual brasileira permite projetar um cenário de melhorias na gestão e na competitividade de nossas produtoras. O crescimento do mercado de conteúdo nacional para TV, sustentado pela progressividade anual das quotas estabelecidas pela Lei 12.485, propiciará condições bastante favoráveis a essa *performance*. O relacionamento das produtoras com programadores e canais de TV deverá se intensificar e trazer consequências

benéficas à adequação de seus produtos ao mercado, a sua eficiência e gestão empresariais e a seus negócios. Como efeito indireto, as próprias emissoras de TV de canais abertos devem passar a demandar mais das produtoras independentes.

O FSA será o responsável por parte do *funding* das produções nacionais demandadas nesse novo cenário. Para que os recursos sejam utilizados da melhor forma possível, é preciso que os investimentos estejam alinhados às estratégias das programadoras, que buscam produtos com potencial para ampliar sua audiência.

As principais produtoras independentes brasileiras de conteúdo audiovisual para TV também são expressivas no mercado cinematográfico, no qual as perspectivas para a produção nacional são igualmente bastante positivas. A expectativa é de elevação da qualidade das produções e do *market share* dos filmes brasileiros e de crescimento do nível de investimentos na produção cinematográfica, desde que sejam cada vez mais adotados critérios de seleção de investimentos automáticos, que privilegiem projetos de produtoras que já apresentaram resultados.

Esse incremento de demanda também representa novas oportunidades de financiamento para o BNDES, em particular para as produtoras e as empresas de infraestrutura. Por sua vez, tais perspectivas conduziram a Ancine à decisão de criar novas linhas de investimento com os recursos do Fundo Setorial do Audiovisual, como forma de apoiar e fortalecer as empresas produtoras nacionais independentes.

Por meio do Procult, o Banco poderá ter um papel primordial no financiamento da cadeia produtiva audiovisual, concedendo crédito tanto para a implantação dos planos de negócios das produtoras independentes, que precisarão se estruturar e profissionalizar para atender ao aumento de demanda esperado, como para outros segmentos da cadeia também, tal qual o de programação. O BNDES também poderá atuar na capitalização de empresas de forma direta ou por meio de fundos de participação.

O elo de infraestrutura é essencial para suportar a expansão da produção audiovisual no país. Atualmente, além dos estúdios cativos de algumas emissoras de TV, o mercado conta com pouca oferta de serviços de alta qualidade, tanto de estúdios, como de pós-produção e de aluguel de equipamentos. Há, portanto, oportunidades de investimentos em um mercado que tem se beneficiado da baixa volatilidade das receitas, fruto de uma



demanda aquecida com perspectivas de prosseguir elevada. O BNDES, por meio do Procult, está apto a financiar o crescimento da capacidade instalada do segmento.

A política de apoio à cadeia produtiva audiovisual tem sido bastante ativa e, nesse sentido, a adoção de novos mecanismos é uma possibilidade sempre presente na agenda do setor, em especial daqueles que vêm promovendo bons resultados em outros mercados. Esse é o caso de instrumentos de incentivo à produção que vêm sendo utilizados na França, no Canadá e na Coreia do Sul. Estes, por serem direcionados automaticamente a produtoras com bom desempenho no mercado, têm conduzido a produção nacional desses países a um elevado *market share* local. Tais mecanismos são factíveis de adoção no Brasil e podem vir a ser aplicados como forma de fortalecer a posição do cinema brasileiro a partir de um esforço concentrado nas produtoras de melhor *performance* no mercado.

Também o elo da distribuição pode ser fortalecido por mecanismos dessa natureza, que direcionem recursos para as distribuidoras com melhor desempenho no mercado (capazes de ofertar produtos mais adequados aos interesses do público). Como sua remuneração depende do sucesso da bilheteria dos filmes de sua carteira, as distribuidoras necessitam estar permanentemente orientadas para o mercado e seus diferentes nichos, influenciando os demais elos da cadeia para uma visão de mercado.

Além disso, o fortalecimento das distribuidoras nacionais é importante porque elas se dedicam ativamente ao cinema brasileiro. As grandes distribuidoras estrangeiras, por serem verticalizadas, concentram grande parte de sua atividade nas produções de seus próprios estúdios.

As distribuidoras planejam seus lançamentos com muita antecedência e devem estar constantemente atentas aos movimentos do mercado, a suas oportunidades, tendências e lacunas. E, para tanto, os requisitos de capital podem ser elevados, em particular se houver participação na produção de filmes, prática adotada como garantia da futura distribuição da obra. O porte das atuais distribuidoras nacionais dificulta a captação de créditos no mercado financeiro, o que inibe suas ações e seu crescimento. A capitalização do elo distribuidor nacional, seja com recursos do FSA, de Funcines, ou mesmo da BNDESPAR, certamente lhe conferiria melhores condições de desenvolvimento e maior capacidade de competir.

Assim, em um cenário de possibilidades e perspectivas de implementação de novos instrumentos de incentivo e de oferta de novos produtos financeiros, certamente o BNDES terá um papel relevante a cumprir, o que passará pela ampliação de suas articulações com o Ministério da Cultura e a Ancine.

Fruto da convergência de interesses e de ações conjuntas com esses órgãos, o elo exibidor hoje dispõe de mecanismos que associam recursos do BNDES e do FSA para dar suporte aos processos de expansão, descentralização e digitalização por que passa esse segmento.

A atratividade das condições do crédito, a boa situação do mercado e a melhoria da situação econômico-financeira das empresas exibidoras promoveram um aquecimento na demanda por financiamentos no programa Cinema Perto de Você, destinado à expansão e descentralização do parque exibidor. Há um grande espaço para o crescimento da oferta de salas de cinema, o que permite projetar a sustentação da demanda por essa linha de crédito. Alcançar o patamar que o mercado chileno registrava em 2005 (*vide* Tabela 1), de 16,8 salas por milhão de habitantes, significa dispor de 3.230 salas, cerca de setecentas a mais do que as 2.517 contabilizadas ao fim de 2012.

Essa perspectiva é corroborada pela experiência de outros países emergentes, nos quais tem sido observada a expansão das salas de cinema, ao contrário dos mercados maduros (EUA e Europa), onde esse número tende à estabilidade.

O BNDES será o principal financiador dos investimentos não só de expansão como também de digitalização do parque exibidor. O Banco terá pela frente um enorme desafio operacional para dar conta da magnitude do volume de projetos. Terá de inovar em suas análises e mudar o foco individual dos complexos de salas para o plano de investimentos de longo prazo dos grupos exibidores. Estes, por sua vez, terão que exercitar um planejamento de mais longo prazo ao apresentarem seus projetos de investimento.

A utilização de outros agentes financeiros no programa Cinema Perto de Você também constitui uma alternativa. Ampliar os canais de acesso das empresas aos recursos do FSA contribuiria muito para melhor atender às necessidades do mercado.

No contexto desses processos de expansão, descentralização e digitalização das salas de cinema, também é possível vislumbrar movimentos de

fusão e incorporação empresariais. O fortalecimento de grupos exibidores nacionais seria bastante interessante para o próprio processo de crescimento do parque exibidor, e poderia até mesmo auxiliar a ampliação do *market share* do cinema nacional por meio de parcerias entre exibidores, produtores e distribuidores nacionais.

Para incentivar a inovação e a criação de marcas no setor audiovisual e nos demais segmentos da cadeia produtiva da cultura, foi criada uma linha especial no Procult em 2013 destinada a apoiar projetos que privilegiem o desenvolvimento de ativos geradores de direitos de propriedade intelectual. O objetivo é induzir a criação de conteúdos que envolvam a criação de novos personagens, marcas ou formatos, com potencial de geração de receitas derivadas de licenciamento ou outras formas de rentabilização de direitos. Para projetos com essas características, são utilizadas as taxas de juros mais baixas praticadas pelo BNDES.

## Conclusões

Foram relatados aqui os diversos mecanismos utilizados pelo BNDES com o objetivo de apoiar a cadeia produtiva audiovisual, à luz das demais políticas governamentais de fomento. Elencamos os principais resultados alcançados e os desafios que a indústria enfrenta em um momento de tantas transformações. O mercado tende a se aquecer em função das mudanças tecnológicas e regulatórias que obrigam as empresas a se adaptarem a um novo padrão de competição, em um cenário de crescimento econômico e inclusão social por que passa o país.

Nesse contexto, é possível elencar algumas tendências para os próximos anos, que obrigarão o BNDES a se reposicionar para continuar desempenhando sua função de indutor do desenvolvimento e do fortalecimento da cadeia produtiva.

A Lei 12.485 criou uma oportunidade de ampliar a escala da indústria audiovisual brasileira, garantindo uma demanda maior e estável às produtoras independentes. Porém, é necessário que as empresas consigam se estruturar melhor e planejem suas ações no longo prazo, com maior grau de profissionalismo, gestão e governança, de forma a usufruir dos diversos instrumentos de apoio que estão à disposição.

Um dos principais instrumentos é o FSA, que passa a dispor de um volume maior de recursos para compor um *funding* adequado à crescente produção nacional para TV. Seu desafio será dispor de mecanismos e estruturas capazes de atender a essa crescente demanda. Uma alternativa capaz de conferir agilidade ao processo é a adoção de critérios automáticos de acesso aos recursos, que privilegiem os resultados obtidos pelas produtoras e não apenas a análise da qualidade de seus futuros projetos. Os projetos selecionados também devem contar com a garantia de exibição nos canais de TV, o que garante a qualidade e o escoamento das produções. A criação de uma programadora nacional, também estimulada pela nova legislação do setor, será um dos desafios a serem enfrentados e, caso concretizado, poderá facilitar ainda mais o escoamento das produções independentes nacionais.

A adoção dos mecanismos automáticos, além de seu caráter meritocrático, auxiliaria na solução de um desafio comum a várias instâncias e órgãos de governo, que é o de viabilizar o escoamento do total dos recursos disponíveis com um menor prazo de processamento.

No segmento cinematográfico, o país continuará perseguindo o aumento substancial e sustentável no *market share* do filme nacional. A realidade atual é que esse índice oscila demasiadamente a cada ano, sendo afetado pelo lançamento (ou não) de um ou dois títulos com público extraordinário (casos como “Tropa de Elite” ou “Se Eu Fosse Você”). Também nesse caso, a adoção de mecanismos automáticos de apoio pautados na *performance* das produtoras, até mesmo envolvendo parcerias com as distribuidoras nacionais, poderia ser útil à conquista e manutenção de um *market share* mais elevado para o cinema nacional.

O avanço e o amadurecimento do mercado deverão induzir à criação de parcerias mais firmes entre os diferentes elos da cadeia. Devem ocorrer parcerias, por exemplo, entre as produtoras de séries e os canais de TV por assinatura. Também se espera que seja realizado um maior volume de coproduções internacionais no cinema, mecanismo útil não só à união de esforços e *funding* necessários aos projetos, mas também à elevação do padrão de qualidade das produções e à garantia de acesso a mais mercados.

O BNDES deve continuar trilhando sua estratégia de avaliar cada vez menos projetos específicos e cada vez mais focar sua análise nas empresas e em seus planos de negócios, induzindo-as a melhor estruturação, maior

profissionalismo, mais eficiência e menos dependência de recursos incentivados. A construção de um mercado mais robusto e menos dependente de editais públicos permitirá ao Banco ampliar seu volume de financiamentos ao elo produtor.

O BNDES dispõe de instrumentos financeiros para dar suporte ao processo de crescimento das empresas em todos os elos da cadeia produtiva audiovisual, seja pelo crescimento orgânico dessas firmas, seja para suprir as necessidades de capital inerentes a movimentos de aquisições e fusões que venham a ocorrer. A cadeia produtiva audiovisual é excessivamente pulverizada, composta de uma grande quantidade de empresas de pequeno porte, o que constitui um ambiente propício a tais rearranjos empresariais em um contexto de amadurecimento e fortalecimento da cadeia.

Outro desafio é promover maior desconcentração geográfica da cadeia produtiva audiovisual, aproveitando vocações emergentes em polos como Pernambuco, Ceará, Bahia e Rio Grande do Sul. As diretrizes do FSA já apontam nessa direção e ações recentes coordenadas entre ministérios, como o Ministério das Comunicações, que tem lançado editais de apoio a *clusters* criativos, deverão contribuir para maior estruturação e desregionalização da cadeia produtiva audiovisual.

A criação de novas marcas, personagens ou formatos é um caminho estratégico para o fortalecimento da produção audiovisual brasileira. Por meio desses ativos, é possível alcançar fontes de receitas adicionais às advindas da exibição tradicional do conteúdo. O licenciamento das marcas ou personagens para utilização em outros produtos tem enorme potencial de geração de receitas e, com raras exceções, ainda é pouco utilizado no país. A comercialização de formatos audiovisuais também é um segmento ascendente no mercado de TV<sup>20</sup> e merece maior atenção por parte das produtoras nacionais. O BNDES pretende estimular investimentos em projetos com esse perfil por meio de uma linha de financiamento específica no âmbito do Procult com custos financeiros reduzidos.

Por fim, cabe salientar que o incremento da necessidade de recursos humanos diante do aquecimento por que passa a indústria vem acentuando,

<sup>20</sup> Os casos mais emblemáticos são o Big Brother, criado pela produtora holandesa Endemol, e o CQC, criado na Argentina pela *Eyeworks-Cuatro Cabezas*.

e deverá agravar ainda mais, a carência de mão de obra qualificada para atender às demandas do mercado. A falta de tempo para dar uma resposta adequada a tal lacuna gera um gargalo com o qual a cadeia produtiva audiovisual terá de conviver.

## Referências

BNDES – BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. A Nova Regulação da TV Paga e seu Impacto no Mercado de Conteúdo Audiovisual. *Informe Setorial 24*, Rio de Janeiro, ago. 2012.

GAMA, M. M. Criatividade e Desenvolvimento. *BNDES 60 anos: Perspectivas Setoriais*, v. II, p. 160-189. Rio de Janeiro: BNDES, out. 2012.

GORGULHO, L. O Apoio do BNDES ao Setor Audiovisual. In: SOLOT, S. (Org.). *The Brazilian audiovisual industry: an explosion of creativity and opportunities for partnerships*. LATC, mar. 2012.

MELEIRO, A. (Org.). *Cinema no mundo, América Latina* – v. II. São Paulo, 2007.

TIRE SUAS DÚVIDAS SOBRE A LEI DA TV PAGA: banco de dados. Ancine – Agência Nacional do Cinema. Disponível em: <<http://www.ancine.gov.br/faq-lei-da-tv-paga>>. Acesso em: mar. 2013.